

Andrzej Stasiak

WIEŚ JAKO OBSZAR TURYSTYKI SPOŁECZNEJ

COUNTRYSIDE AS AN AREA OF SOCIAL TOURISM

Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Łodzi
ul. Senatorska 11, 93-192 Łódź, e-mail: andrzej.stasiak@wsth.edu.pl

Summary. The countryside is a specific area generating and receiving tourist movement. The tourist activity of rural population in Poland is significantly lower than in case of urban citizens. The main barrier is related to the economic factors as well as summer farming activities and organizational, informational, social and infrastructural restraints. As the large percentage of rural population has no possibility to fulfil their tourist-recreational needs, they should be covered by a special support programme in terms of social tourism (as well as quasi-social and socially committed tourism).

On the other hand, creating social travel agencies in areas endangered by marginalisation can become a beginning of important social-economic changes, stimulate entrepreneurship, create new jobs, help prevent pathology and social exclusion, integrate local community, build the so-called social capital and increase the general life quality of the inhabitants.

That is why the support for both inbound and outbound tourism should be the way of helping the socially excluded rural inhabitants.

Słowa kluczowe: obszary wiejskie, turystyka społeczna.

Key words: countryside, social tourism.

WSTĘP

Koniec pierwszej dekady XXI w. przyniósł ogólnoeuropejską debatę na temat pojęcia „turystyka społeczna”. Przyczyną był marketingowy i ekonomiczny sukces hiszpańskiego programu *Europe Senior Tourism* (por. np. Górską 2010, Mokras-Grabowska 2010), a także realizacja unijnego programu Calypso (Śledzińska 2010).

Zainteresowanie Unii Europejskiej wspieraniem turystyki swoich obywateli wynika z jednej strony z niekorzystnych zjawisk społeczno-gospodarczych (zmiana struktury rodziny, starzenie się ludności, problem bezrobocia, ograniczenia finansowe, marginalizacja niektórych grup społecznych itd.), z drugiej zaś – z coraz powszechniejszego przekonania, że wszyscy ludzie mają prawo do wypoczynku i czasu wolnego. Prawo to zapisane jest już w wielu konstytucjach narodowych. W tym kontekście turystyka jawi się jako szczególnie pożądane dobro (*merit good*), które powinno być dostępne wszystkim członkom społeczności na zasadzie równości i powszechności. Wyrównywanie szans udziału w turystyce grup z różnych powodów upośledzonych staje się więc kolejną powinnością władz publicznych (oprócz „tradycyjnego” już zapewnienia dostępu do oświaty, kultury, sportu, ochrony zdrowia).

Co do ogólnej zasady, że państwo powinno w jakiejś formie dofinansowywać wypoczynek osób w trudnej sytuacji życiowej (ekonomicznej, zdrowotnej, losowej itp.), panuje powszechna zgoda. Jednak już próba określenia, jakie grupy społeczne należy wspierać, prowadzi do wielu rozbieżności. W Polsce przyjmuje się, że beneficjentami turystyki społecznej powinny być czte-

ry podstawowe segmenty: dzieci i młodzież, osoby niepełnosprawne, rodziny w specjalnej sytuacji, seniorzy (Analiza rozwoju... 2007, Działania na rzecz... 2010). Niekiedy wspomina się jeszcze o piątej grupie: Polonii z krajów byłego ZSRR. Umożliwienie odwiedzin kraju ojców powinno być moralną powinnością państwa polskiego (por. Stasiak 2010).

Dofinansowywanie wypoczynku upośledzonych grup społecznych nie jest tylko formą pomocy socjalnej. W końcowym efekcie opłaca się bowiem wszystkim: donatorom i sponсорom (kreowanie wizerunku, budowa kapitału politycznego), branży turystycznej (wzrost dochodów) i co oczywiste, ostatecznym beneficjentom możliwość podróżowania (Włodarczyk 2010). Ostatnio podkreśla się przede wszystkim korzyści ekonomiczne płynące z rozwoju turystyki społecznej (por. np. Górską 2010, Mokras-Grabowska 2010), nie można jednak zapominać, że ma ona przynosić głównie efekty ważne z punktu widzenia całego społeczeństwa, m.in. powodować jego wewnętrzną integrację, wzrost solidarności, poczucie wspólnoty, przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu, ograniczać patologię, poszerzać horyzonty podróżujących, umożliwiać zdobywanie nowych doświadczeń, budować kapitał społeczny (por. Stasiak 2010).

Aktualny stan wiedzy na temat turystyki społecznej w Polsce jest więcej niż skromny. Mimo długich tradycji wspierania wypoczynku różnych grup społecznych, praktycznie brakuje bieżących badań dotyczących zarówno skali zjawiska, jak i rzeczywistych efektów wsparcia¹. Próby automatycznego przenoszenia wyników badań z czasów PRL-u i innych krajów (z Hiszpanii, Portugalii) są z oczywistych względów niewłaściwe. Istnieje więc pilna potrzeba rozpoznania oblicza współczesnej turystyki społecznej – *de facto* starego zjawiska, ale w zupełnie nowych realiach społeczno-gospodarczych.

Początek XXI w. to również okres może mniej spektakularnego, ale systematycznego rozwoju (a właściwie odnowy) ekonomii społecznej w Polsce. Jest ona często określana jako „narzędzie mobilizacji ekonomicznej i społecznej zaniedbanych społeczności lokalnych/ obszarów” oraz metoda „zwiększania uczestnictwa ich członków/mieszkańców w wymianie gospodarczej i życiu publicznym” (Kapitał społeczny... 2007).

Podstawą ekonomii społecznej jest przedsiębiorstwo społeczne, definiowane jako „instytucja prowadząca działalność gospodarczą, która wyznacza sobie cele ściśle społeczne i która inwestuje wypracowane nadwyżki zależnie od wyznaczonych sobie celów w działalność lub we wspólnotę, zamiast kierować się potrzebą osiągnięcia maksymalnego zysku na rzecz właścicieli (udziałowców)” (Branco 2007, cytata za Reichel 2010). Do najważniejszych cech przedsiębiorstwa społecznego zalicza się m.in. prymat misji nad zyskiem, orientację na cele społeczne, oddolny, obywatelski charakter, „zanurzenie się” w lokalnych społecznościach (Reichel 2010).

Współcześnie jednak coraz bardziej zaciera się granica między firmą czysto komercyjną (nastawioną na zysk) a typową instytucją non profit. Pomiedzy tymi skrajnościami znajduje się wiele podmiotów pośrednich (hybrydowych), które funkcjonują w realiach gospo-

¹ Oprócz kilku rozproszonych artykułów (m.in. Kosmaczewska 2010, Górską 2010) i dwóch raportów (Analiza rozwoju... 2007, Działania na rzecz... 2010) pierwszą w miarę kompleksową analizą zjawiska w ujęciu regionalnym jest publikacja *Turystyka społeczna w regionie łódzkim* (pod red. A. Stasiaka).

darczych, realizują też ważne społecznie cele (firmy z misją społeczną, przedsiębiorstwa społecznie zaangażowane, spółdzielnie socjalne² itp.).

Głównym celem przedsiębiorstwa społecznego jest działalność na rzecz lokalnej społeczności, zwłaszcza w obszarze walki z długotrwałym bezrobociem (tworzenie miejsc pracy w ramach zatrudnienia socjalnego), różnymi patologiami i wykluczeniem społecznym (pokonywanie apatii, wskazywanie nowych perspektyw, przerywanie izolacji społecznej). W ramach ekonomii społecznej coraz częściej podejmowane są też różnorodne działania na rzecz bardzo szeroko rozumianej poprawy jakości życia mieszkańców (ekologia, etyka gospodarcza, społeczeństwo obywatelskie). Cele te doskonale może realizować również przedsiębiorstwo społeczne z branży turystycznej.

W artykule podjęto próbę analizy występowania na obszarach wiejskich turystyki społecznej w jej dwóch przejawach: dofinansowywania wyjazdów wypoczynkowych mieszkańców wsi oraz powstawania turystycznych przedsiębiorstw społecznych jako swoistych lokomotyw lokalnej gospodarki.

WIEŚ JAKO OBSZAR GENERUJĄCY RUCH TURYSTYCZNY

Oczywiste jest, że najważniejszym obszarem generującym ruch turystyczny są wielkie miasta. Panujące w nich niekorzystne warunki życia (zanieczyszczenie środowiska, tłok, hałas itd.) sprawiają, że mieszkańcy aglomeracji chętnie wyjeżdżają wypoczywać poza miasto, na tereny wiejskie. Cele, motywy i kierunki tych wyjazdów są dość dobrze opisane w literaturze naukowej.

Czy istnieje jednak zjawisko odwrotne, czyli czy obszary wiejskie generują ruch turystyczny? Jeśli tak, to jaka jest skala tego zjawiska? Ludzie mieszkający na wsi, choć przez większą część roku przebywają w sprzyjających warunkach otoczenia, z pewnością odczuwają podobne potrzeby: zmiany miejsca pobytu, oderwania się od zawodowych obowiązków i monotonii codzienności. Czy jednak te potrzeby są zaspokajane przez podejmowanie podróży turystycznych? Czy też, z różnych powodów, nie dochodzi do takich wyjazdów?

Odpowiedź na te pytania nie jest prosta, zwłaszcza że problematyka aktywności turystycznej mieszkańców wsi pozostaje na marginesie głównych zainteresowań badaczy i bardzo rzadko jest przedmiotem szczegółowych studiów. Niekiedy tylko pojawia się przy okazji ogólnych badań warunków bytowych i czasu wolnego społeczeństwa (np. GUS-u). W ostatnim czasie zagadnieniem tym w odniesieniu do wsi Wielkopolski bliżej zajmowała się J. Górka (2007, 2008, 2010). W skali kraju jedynym opracowaniem na temat podróży mieszkańców wsi są raporty Instytutu Turystyki (Łaciak 2004).

Wobec niezwykle istotnych, jakościowych zmian zachodzących aktualnie na obszarach wiejskich (odchodzenie od tradycyjnego, rolniczego charakteru wsi), zarzucenie tego obszaru badań wydaje się niezrozumiałe. Prawdopodobnie dość ograniczoną skalę zjawiska mo-

² Spółdzielnia socjalna jest specyficzną formą przedsiębiorstwa społecznego. Tworzą ją w większości osoby zagrożone marginalizacją ze względu na bezrobocie, niepełnosprawność czy chorobę psychiczną, które mają trudności w znalezieniu pracy. Praca w spółdzielniach socjalnych daje im szansę aktywizacji społecznej i zawodowej, integracji, podniesienia swoich kwalifikacji (www.ekonomiaspoleczna.pl, dostęp 20.06.2011 r.).

gą bowiem rekompensować rozpoczynające się przemiany w modelu wypoczynku wiejskich społeczności. Jest to jednak tylko hipoteza. Z konieczności skazani jesteśmy na dość szczątkowe, często już trochę przestarzałe, wyniki badań, które nie zawsze w pełni odzwierciedlają aktualną rzeczywistość polskiej wsi.

Ze wszystkich dostępnych opracowań jednoznacznie wynika, że aktywność turystyczna mieszkańców wsi jest zdecydowanie mniejsza niż mieszkańców miast. Dotyczy to społeczności wiejskiej *en bloc* i jej poszczególnych segmentów. Przykładowo, Instytut Turystyki szacuje, że do najrzadziej wyjeżdżających grup społeczno-zawodowych w Polsce należą: rolnicy, renciści, bezrobotni i emeryci. Przy średnim poziomie³ 47,2% uczestnictwo w wyjazdach w żadnej z tych grup nie przekracza 34% (Analiza rozwoju... 2007).

Młodzież w wieku 15–19 zamieszkała w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców ponad 3,5-krotnie częściej uczestniczyła w wyjazdach zagranicznych niż młodzież wiejska. Młodzież z rodzin o dobrej sytuacji materialnej ponad czterokrotnie częściej uczestniczyła w wyjazdach krajowych niż młodzież z rodzin ubogich (Działania na rzecz... 2010). Wpływ na taki stan rzeczy ma wiele czynników. Na pierwszym miejscu wymienia się względy ekonomiczne. Tereny wiejskie są z reguły słabiej rozwinięte gospodarczo, cechują się gorszą sytuacją materialną i niższym standardem życia mieszkańców. W roku 2008 dochód rozporządzalny na osobę w rodzinie wiejskiej był o około 30% niższy od dochodu na osobę w rodzinie miejskiej (średni miesięczny dochód rozporządzalny na osobę w gospodarstwach zamieszkujących wieś wyniósł 836 zł, a w miastach 1176 zł). Różnica wynika nie tylko z wysokości dochodów uzyskiwanych przez gospodarstwa, ale również z większej liczby osób wchodzących w skład gospodarstw zamieszkujących wieś (Działania na rzecz... 2010). Finanse są więc (podobnie jak w całym polskim społeczeństwie) główną przeszkodą uniemożliwiającą mieszkańcom wsi podejmowanie podróży.

Do tego dochodzi jeszcze specyficzny charakter wykonywanej pracy zawodowej. Ludność wiejska w Polsce nadal jest w zdecydowanej większości związana (bezpośrednio lub pośrednio) z rolnictwem. Kulminacja prac polowych w sezonie wakacyjnym praktycznie wyklucza udział w turystyce letniej.

Aktywność turystyczną mieszkańców wsi ograniczają też inne bariery:

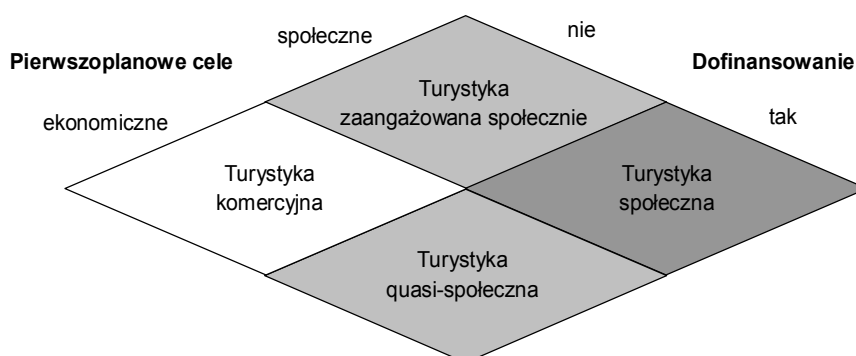
- a) organizacyjne (upadek organizacji społecznych turystycznych, brak fachowej kadry turystycznej, utrudniony dostęp do touroperatorów);
- b) informacyjne (brak wiedzy o dostępnej ofercie);
- c) społeczne (nieaktywny styl życia, brak tradycji wyjazdów, preferowany model biernego wypoczynku);
- d) techniczno-infrastrukturalne (zły stan bazy turystycznej w regionie, brak odpowiedniego sprzętu) – por. np. Górka i Chmurska (2004), Górka (2010).

W tej sytuacji należałoby uznać mieszkańców wsi, a już na pewno rolników, za dyskryminowaną grupę społeczno-zawodową, której prawo do wypoczynku i podróżowania jest poważnie zagrożone (ograniczone). Byłby to więc kolejny segment docelowy turystyki społecznej.

³ Według GUS-u uczestnictwo Polaków w wieku 15 lat i więcej w wyjazdach turystycznych w latach 2005–2009 wahało się w przedziale 47–49%. Nie podano jednak procentowego udziału w ujęciu miasto–wieś (Mały rocznik statystyczny Polski 2010, w wersji elektronicznej, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_oz_mały_rocznik_statystyczny_2010.pdf, dostęp 19.06.2011 r.).

Trzeba pamiętać, że wiejskie obszary w Polsce są bardzo zróżnicowane regionalnie: inna jest wieś-sypialnia w strefie podmiejskiej dużych aglomeracji, inna wieś popegeerowska na północy czy zachodzie kraju, inna wielkopolska, podkarpacka czy podlaska. Z dużą dozą prawdopodobieństwa można założyć, że aktywność turystyczna mieszkańców w niektórych wsiach będzie wyższa od średniej krajowej, w większości jednak – zdecydowanie poniżej średniego poziomu.

Wydaje się jednak, że głównym kryterium wsparcia zaspokajania potrzeb turystyczno-wypoczynkowych powinno być nie miejsce zamieszkania, ale występowanie barier (ekonomicznych, społecznych czy zdrowotnych) ograniczających możliwość podróżowania. Inna rzecz, że szanse wyjazdu osoby starszej, niepełnosprawnej czy dziecka z rodziny w specjalnej sytuacji (np. niepełnej lub zagrożonej patologią) drastycznie spadają już przez fakt zamieszkania na terenach wiejskich. Często oznacza to chociażby dodatkową trudność w dostarciu do organizacji, która mogłaby udzielić wsparcia finansowego. Istotne jest zatem wykorzystanie wszystkich sposobów zwiększenia aktywności turystycznej wykluczonych społecznie (lub zagrożonych wykluczeniem) mieszkańców wsi, których sytuacja życiowa całkowicie lub częściowo uniemożliwia skorzystanie z prawa do turystyki. Do środków tych należy zaliczyć rozwój turystyki społecznej, społecznie zaangażowanej, a nawet quasi-społecznej (rys. 1).



Rys. 1. Rodzaje turystyki ze względu na dwa kluczowe parametry: dofinansowanie i cele
Źródło: Stasiak (2010).

Wobec braku możliwości udziału znacznej części (2/3, 3/4?) mieszkańców wsi w jakiegokolwiek formie czysto komercyjnej turystyki (w której uczestnicy opłacają 100% kosztów imprezy) niezbędne jest dofinansowywanie wyjazdów turystycznych szczególnie dyskryminowanych grup społecznych (turystyka społeczna). Brak skutecznego krajowego systemu zapewniającego wszystkim obywatelom prawo do podróżowania oraz praktycznie nieuwzględnienie turystyki w polityce społecznej państwa sprawiają, że w praktyce zadanie wyrównywania szans w dostępie do wypoczynku spada na władze lokalne.

Przeprowadzone w województwie łódzkim badania (Rzeńca 2010) pokazują, że samorządy nie przejawiają pod tym względem większej inicjatywy. Rodzi się pytanie: czy wynika to z niedoceniań znaczenia turystyki w życiu mieszkańców, konieczności zaspokajania w pierwszej kolejności innych, zdecydowanie pilniejszych, potrzeb obywateli, czy z nieznajomości będących do dyspozycji narzędzi?

Co prawda, obecnie nie ma instrumentów legislacyjnych jednoznacznie regulujących założenia polityki lokalnej w tym zakresie, jednak wsparcie turystyki społecznej możliwe jest przez przekazywanie dotacji celowych z budżetu własnego gminy, m.in. w ramach działów: ochrona zdrowia (851), pomoc społeczna (852), turystyka (630), kultura fizyczna i sport (926), pozostałe działania w zakresie polityki społecznej (853) czy edukacyjna opieka wychowawcza (854). W praktyce największe znaczenie ma realizacja programów profilaktyki i rozwiązywania problemów alkoholowych oraz zwalczania narkomanii. Środki na ich realizację pochodzą bezpośrednio z wpływów do budżetu gminy z opłat za wydanie zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych (tzw. kapsłowe). Co ciekawe, marginalny udział w organizacji dotowanych wyjazdów turystycznych miały w województwie łódzkim środki unijne. W badanych 18 gminach (w tym 10 wiejskich) zorganizowano w latach 2006–2009 tylko jedną (!) imprezę (Rzeńca 2010).

Turystykę społecznie zaangażowaną (społecznie odpowiedzialną) stanowią wszystkie podróże pozbawione wprowadzienia formalnego dofinansowania, ale z założenia przygotowywane w celu osiągnięcia głównie efektów społecznych, a nie ekonomicznych. Należą do nich wyjazdy organizowane „po kosztach” lub z minimalną marżą. Ich organizatorzy⁴, mając na uwadze ważny cel społeczny, rezygnują z całości lub części swojego zysku, aby udostępnić podróż grupom słabszym ekonomicznie (Stasiak 2010). Innym sposobem obniżania kosztów może być społeczna praca opiekuna, pilota, przewodnika. Turystykę społecznie zaangażowaną organizują przede wszystkim placówki edukacyjne, organizacje społeczne i kościoły. Jest nią również np. działalność biura podróży, które poprzez specjalną, preferencyjną ofertę ułatwia wyjazdy turystyczne wiejskim dzieciom lub osobom niepełnosprawnym.

Turystyka quasi-społeczna obejmuje podróże, które są co prawda dofinansowane (często nawet w 100%), ale chodzi w nich nie tyle o wyrównywanie szans uczestnictwa w turystyce pracowników o najniższych dochodach, ile o nowoczesne narzędzie zarządzania zasobami ludzkimi w firmie. Budowaniu lojalności i zadowolenia z pracy w zakładzie o licznych przywilejach socjalnych służy turystyka motywacyjna. Takiego charakteru nabierają też wypłaty z zakładowego funduszu świadczeń socjalnych w ramach tzw. wczasów pod gruszą (Stasiak 2010). Ponieważ coraz częściej nie wymaga się nawet udokumentowania poniesionych wydatków turystycznych, środki te pracownik może wydać na dowolny cel. Wobec rosnącego odsetka mieszkańców wsi zatrudnionych w zawodach pozarolniczych (np. w administracji publicznej, edukacji, przemyśle) takie subwencje mogą jednak sprzyjać wzrostowi aktywności turystycznej całych rodzin. Ich niekwestionowaną zaletą jest wyraźna sugestia, na co można przeznaczyć te dodatkowe środki.

WIEŚ JAKO OBSZAR RECEPCJI TURYSTYKI SPOŁECZNEJ

Określenie obszar recepcji turystyki społecznej można rozumieć dwojako: jako obszar przyjmujący turystów, których wypoczynek został przez kogoś dofinansowany, lub jako obszar, na którym funkcjonują niekomercyjne przedsiębiorstwa turystyczne, zajmujące się obsługą przyjezdnych.

W pierwszym przypadku wpływ turystyki społecznej na otoczenie wydaje się dość ograniczony. Wynika to z kilku powodów. Najważniejszym jest duże rozproszenie kierunków wyjazd-

⁴ Mogą to być zarówno organizacje non profit, jak i komercyjne podmioty gospodarcze.

dów turystyki społecznej w Polsce. Analiza celów takich podróży przygotowywanych przez organizacje społeczne w województwie łódzkim pokazała, że dominują obszary pozamiejskie, przede wszystkim góry i wybrzeże Bałtyku, mniejsze znaczenie mają pojezierza i region macierzysty (por. *Turystyka społeczna w regionie łódzkim 2010*). Brak wyraźnej koncentracji przestrzennej z jednej strony rozprasza efekty ekonomiczne, a z drugiej znacznie utrudnia badanie tego zjawiska.

Trzeba podkreślić, że z recepcji dofinansowywanych wyjazdów praktycznie wyłączone są gospodarstwa agroturystyczne. Podstawową barierą jest ograniczona liczba miejsc noclegowych w tego typu obiektach. Turystyka społeczna to dotychczas z reguły turystyka zorganizowana, grupowa. Sytuację mogłoby zmienić zapowiadane już kilkakrotnie wprowadzenie bonów wakacyjnych, które zapewniłyby większą swobodę w wyborze miejsca wypoczynku poszczególnym rodzinom. Po włączeniu gospodarstw agroturystycznych do tego systemu zyskałyby one bez wątpienia potężny impuls (również ekonomiczny) do dalszego rozwoju.

Organizatorzy turystyki społecznej (zarówno firmy komercyjne, jak i organizacje społeczne) najczęściej jednak wybierają zbiorową bazę noclegową: hotele, ośrodki wypoczynkowe, domy wycieczkowe, schroniska. Obiekty te z zasady są w pewien sposób hermetyczne, wyizolowane z otoczenia – zapewniają swoim gościom wszelkie niezbędne usługi na miejscu, ograniczając w efekcie ich kontakty ze światem zewnętrznym.

Oczywiście, rozwój turystyki społecznej może przyczynić się do poprawy ekonomiki pojedynczej firmy (wzrost dochodów, wydłużenie sezonu, stabilizacja zatrudnienia) czy grupy firm (dostawcy hotelu), ale dla lokalnej gospodarki ma już mniejsze znaczenie, chyba że takich obiektów noclegowych na danym obszarze byłoby więcej. Żaden polski region nie podjął jednak podobnej hiszpańskiej, skoordynowanej akcji dotowania przyjazdów np. poza sezonem.

Trudno oczekiwać, by osoby wymagające dofinansowania wyjazdu wydawały podczas wypoczynku duże środki finansowe na zakup dodatkowych usług i produktów (rozrywka, gastronomia, pamiątki itp.). Z pewnością suma wydatków będzie znacznie niższa niż w przypadku seniorów odpoczywających w Hiszpanii⁵, ale czy będzie odbiegać też od średnich wydatków turystów w Polsce⁶? W tym kontekście rodzi się wiele pytań (i zarazem problemów badawczych):

– Czy w polskich warunkach klimatycznych wypoczynek poza sezonem może być atrakcyjnym produktem turystycznym?

⁵ Całkowita średnia kwota wydatków poczynionych przez jednego turystę podczas pobytu w Hiszpanii w ramach programu Europe Senior Tourism wyniosła średnio 280,51 euro brutto (Mokras-Grabowska 2010).

⁶ Może jednak za wszelką cenę, kosztem dodatkowych wyrzeczeń, osoby te starałyby się naśladować zachowania konsumpcyjne „zwykłych” turystów? Trzeba też pamiętać, że w przypadku podróży osób niepełnosprawnych, z uwagi na często konieczne towarzysztwo opiekuna, wydatki ulegają podwojeniu. Efekty ekonomiczne są więc wyższe, niż wynikałoby to z prostej kalkulacji. Wobec braku badań nad strukturą wydatków tego typu turystów skazani jesteśmy jedynie na przypuszczenia.

- Czy turystyka społeczna może rozwijać się poza głównymi obszarami turystycznymi (nawet przy czynnym zaangażowaniu i wsparciu władz lokalnych oraz branży turystycznej)?
- Czy napływ na dany obszar reprezentantów wykluczonych grup społecznych (być może gorzej ubranych, specyficznie się zachowujących) nie spowoduje erozji wizerunku obszaru (jako miejsca wypoczynku biedniejszych turystów)?

Wobec przewidywanych niewielkich efektów ekonomicznych wynikających z przyjazdu i pobytu dofinansowywanych turystów podstawowym narzędziem aktywizacji lokalnej gospodarki może być przedsiębiorstwo społeczne. Pojęcie „turystyka społeczna” można bowiem rozumieć szerzej jako „turystykę służącą społeczeństwu”. Z tego punktu widzenia turystyka może okazać się właśnie tą gałęzią gospodarki, która przyczyni się do osiągnięcia celów ważnych dla całej miejscowej społeczności (poprawy sytuacji ekonomicznej mieszkańców, ograniczenia bezrobocia, podnoszenia jakości życia, integracji wspólnoty).

Początkiem procesu i swoistym kołem zamachowym przemian społeczno-gospodarczych jest w tym przypadku powstanie przedsiębiorstwa społecznego. Jak już wspomniano, jest to specyficzny rodzaj firmy, która działając w realiach rynkowych, nastawiona jest jednak przede wszystkim na realizację założonej misji. Uzyskane dochody przeznaczane są albo na dalszy rozwój firmy, by w przyszłości multiplikować efekty jej funkcjonowania, albo na bieżącą realizację ważnych społecznie przedsięwzięć.

Działalność przedsiębiorstwa społecznego ma m.in. przeciwdziałać marginalizacji wykluczonych grup społecznych, przełamywać bariery ograniczające możliwości rozwoju, stwarzać szanse na lepsze życie. Niezwykle ważnym celem jest też propagowanie dobrych wzorców i kształtowanie pożądanых postaw. Mają one stać się fundamentem tzw. kapitału społecznego, który wyraża się m.in. poczuciem osobistej odpowiedzialności za dobro wspólne, obywatelskim zaangażowaniem mieszkańców, wzajemnym zaufaniem oraz respektowaniem zwyczajów sprzyjających porządkowi.

Przedsiębiorstwa społeczne funkcjonują w bardzo różnych dziedzinach gospodarki, w tym również w sektorze usług turystycznych. O tym, że takie przedsięwzięcie może być skutecznym środkiem rozwoju lokalnego, przekonuje przykład Bałtowa (woj. świętokrzyskie). Upadek największego pracodawcy w regionie, Huty Ostrowiec, w okresie transformacji ustrojowej stał się przyczyną ponad 35-procentowego bezrobocia na okolicznych obszarach wiejskich. W roku 2001 najaktywniejsi mieszkańcy gminy Bałtów powołali Stowarzyszenie na rzecz Rozwoju Gminy Bałtów „Bałt”, które miało walczyć z bezrobociem, zacofaniem infrastrukturalnym, powszechnym marazmem i brakiem perspektyw na życie. Pomyśłem na skok cywilizacyjny było wykorzystanie naturalnych zasobów do rozwoju turystyki. Na początku uruchomiono spływ rzeką Kamienną i przystąpiono do budowy pierwszego w Polsce parku dinozaurów, z czasem pojawiły się kolejne projekty: ośrodek jazdy konnej, stok narciarski, zwierzyńiec, ścieżka edukacyjna „Żydowski Jar”, polska stolica *questingu*⁷.

⁷ *Questing* – wymyślony przez Amerykanów sposób prezentacji, udostępniania i interpretacji dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego obszaru. Polega na tworzeniu nieoznakowanych szlaków (*questów*), którymi wędrują turyści, wykorzystując informacje zawarte w wierszowanych wskazówkach. Zwieńczeniem wędrowki jest odnalezienie skarbu (np. skrzyni z pieczętą, która potwierdza przebycie całej trasy). Zabawa przypomina trochę harcerskie gry terenowe – różnica polega jednak na ścisłym związku z dziedzictwem danego miejsca (zob. <http://bałtow.questing.pl>, dostęp 20.06.2011 r.).

Utworzenie stowarzyszenia zaowocowało powołaniem kolejnych podmiotów ekonomii społecznej⁸. Powstawały one w miarę poszerzania się oferty turystycznej. Mają jasno sprecyzowane i zróżnicowane cele, dlatego ich działalność nie dubluje się, lecz wzajemnie uzupełnia. Obecnie na terenie gminy Bałtów funkcjonują:

1. **Stowarzyszenie na rzecz Rozwoju Gminy Bałtów „Bałt”** (stowarzyszenie prowadzące działalność gospodarczą, organizacja pożytku publicznego) – zajmuje się organizacją spływów tratwami po rzece Kamiennej, zarządza terenem rekreacyjno-sportowym Okręglica, prowadzi działalność edukacyjną i projektową, prowadzi grupę młodzieżową Junior Bałt. Liczy 300 członków, zatrudnia 9 pracowników.

2. **Stowarzyszenie „Delta”** (stowarzyszenie prowadzące działalność gospodarczą) – zarządza dwoma parkami dinozaurów (JuraPark Bałtów i JuraPark Solec Kujawski), stokiem narciarskim Szwajcaria Bałtowska, ośrodkiem jazdy konnej Kraina Koni oraz Zwierzyńcem Bałtowskim. Ma 30 członków, pracuje w nim 181 pracowników (stan na koniec 2009 r.).

3. **„Allozaur”** (spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, założona przez Stowarzyszenie „Delta” i osobę fizyczną; jej dochód statutowo przeznaczany jest na cele społeczne) – zajmuje się obsługą ruchu turystycznego w gminie, utrzymaniem porządku, infrastruktury i zieleni, wyrobem pamiątek turystycznych. Zatrudnia 25 pracowników.

Co ciekawe, nie wszystkie podejmowane przedsięwzięcia są samowystarczalne ekonomicznie. Roczne przychody ze spływu Kamienną wystarczają jedynie na pokrycie 80–90% kosztów (wynagrodzenie 10 flisaków w okresie kwiecień–październik, koszty eksploatacji tratw, promocji i marketingu). Z kolei parki jurajskie (Bałtów, Solec Kujawski) i firma Allozaur Sp. z o.o. co roku uzyskują dodatni wynik finansowy, ale ich rentowność⁹ nie jest wysoka, bo na poziomie 3–4%.

Najważniejsze efekty działalności wymienionych podmiotów są następujące:

- utworzenie w nich ok. 200 miejsc pracy, głównie dla osób długotrwale bezrobotnych,
- spadek bezrobocia w gminie w 2010 roku do poziomu ok. 4%,
- powstanie infrastruktury turystycznej, m.in. 5 obiektów hotelarsko-gastronomicznych (zatrudniających od 5 do 10 osób każdy), 25 gospodarstw agroturystycznych, 5 jednoosobowych firm (m.in. stolarskich, garncarskich, pszczelarskich),
- odtworzenie infrastruktury społecznej, miejsca na działalność społeczną, kulturalną oraz na imprezy plenerowe (m.in. powstanie zespołu ludowego Bałtowanie, organizacja pikników, festynów, jarmarków),
- ruch turystyczny na poziomie ok. 500 tys. (w latach 2008 i 2009).

Warto podkreślić, że bałtowskie przedsiębiorstwa społeczne nie ograniczyły działalności do własnego terenu, lecz od początku starały się zawiązać partnerstwo z różnymi podmiotami spoza gminy (od 2002 r. w ramach nieformalnej grupy, od 2006 roku – jako fundacja). Ostatnim efektem tych starań jest powstałe w 2008 roku stowarzyszenie Lokalna Grupa Działania „Krzemienny Krąg”. Skupia ono samorządy kilkunastu gmin pogranicza świętokrzysko-mazowieckiego oraz miasta Ostrowiec Świętokrzyski, a także organizacje pozarządowych,

⁸ Informacje na temat podmiotów ekonomii społecznej w gminie Bałtów opracowano na podstawie Atlasu dobrych praktyk portalu www.ekonomiaspoleczna.pl, dostęp 20.06.2011 r.

⁹ Liczona jako stosunek wypracowanego zysku do sumy przychodów.

mediów, placówek edukacji i kultury, przedsiębiorców. Jej celem jest działanie na rzecz rozwoju gmin objętych porozumieniem (m.in. poprzez pozyskiwanie funduszy na odnowę wsi, tworzenie mikroprzedsiębiorstw czy różnicowanie działalności na obszarach wiejskich) i budowa – na podstawie bałtowskich doświadczeń – wspólnego, markowego produktu turystycznego obszaru (co widoczne jest m.in. w ścisłej współpracy JuraParku z Rezerwatem Archeologicznym w Krzemionkach Opatowskich i Żywym Muzeum Porcelany w Ćmielowie).

Bałtów nie jest jedynym przykładem wykorzystania ekonomii społecznej do rozwoju turystyki na obszarach wiejskich w Polsce. Podobny charakter miał projekt tworzenia w latach 2006–2008 przez Partnerstwo Razem wiosk tematycznych w ramach Programu Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL. Zadaniem tego przedsięwzięcia było ułatwienie wchodzenia i powrót na rynek pracy mieszkańcom wsi położonych na terenach o niskiej konkurencyjności, w których panuje duże bezrobocie spowodowane w znacznej mierze niedostatecznym przystosowaniem do warunków współczesnej gospodarki (Idziak 2009). W wyniku działań projektowych rozwinięto ofertę wsi Sierakowo Sławieńskie (wioska hobbistów) i przygotowano tematyzację czterech kolejnych miejscowości: Dąbrowy (wioska zdrowego życia), Iwęcina (wioska końca świata), Paprotów (wioska labiryntów i źródeł) oraz Podgórek (wioska bajki i rowerów). Do najważniejszych efektów projektu należy zaliczyć:

- zatrudnienie łącznie blisko 40 osób w bezpośredniej obsłudze turystów,
- wizyta ok. 16 tys. turystów w 2008 roku,
- przychód ze sprzedaży głównej oferty: blisko 240 tys. zł + ok. 40 tys. zł ze sprzedaży pamiątek, posiłków i noclegów,
- liczne korzyści pośrednie, m.in. dzięki szkoleniom 10 osób znalazło stałą pracę poza wsią, dwie osoby założyły własną działalność gospodarczą, a 5 zarejestrowało gospodarstwo agroturystyczne (Idziak 2009).

Innym, ciekawym przykładem przedsiębiorstwa społecznego w branży turystycznej jest Ośrodek Wypoczynkowy w Jedliczach koło Zgierza. Firma powstała w ramach projektu KŁOS (Koalicja Łamania Oporów Społecznych), który był realizowany przy wsparciu Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL (od 2004 r. do 2008 r.). Na potrzeby projektu powstało lokalne partnerstwo, którego liderem zostało Towarzystwo Przyjaciół Niepełnosprawnych.

Zadaniem ośrodka jest nie tylko odpłatne świadczenie gościom usług noclegowych, konferencyjnych i rekreacyjnych (m.in. jazda konną), ale przede wszystkim przygotowanie do funkcjonowania na rynku pracy osób długotrwale bezrobotnych i chorych psychicznie z terenów wiejskich gminy Zgierz¹⁰. Chodzi o readaptację zawodową osób wykluczonych i poprawę ich sytuacji na rynku pracy (w tym celu równolegle działają Centrum Szkoleniowe i hotel). Od roku 2008 realizowane są autorskie programy aktywizacji zawodowej (APAZ), obejmujące kompleksowe szkolenia: podnoszenie kwalifikacji (szkolenia zawodowe), zajęcia z psychologiem, praktyczną naukę zawodu w branży hotelarskiej (staże zawodowe) oraz współpracę z pracodawcami. W ramach trzeciej edycji do lutego 2012 roku ma być przeszkolonych 60 osób niepełnosprawnych.

¹⁰ Podobny, terapeutyczny charakter ma pensjonat i restauracja U Pana Cogito w Krakowie, w których pracują osoby chore na schizofrenię, a osiągnięte zyski przekazywane są na działalność Stowarzyszenia na rzecz Rozwoju Psychiatrii i Opieki Środowiskowej.

Ukazane studia przypadków dowodzą, że nie wszystkie firmy społeczne wywołują podobne efekty. Zdecydowanie większe korzyści dla regionu przynoszą przedsięwzięcia związane z kreowaniem nowych atrakcji i produktów turystycznych (Bałtów, wioski tematyczne), które pobudzają indywidualną przedsiębiorczość mieszkańców i zachęcają do „obudowania” rdzenia produktu wieloma dodatkowymi usługami i produktami (przewodnictwo, pamiątkarstwo, rękodzieło, lokalne specjały itd.). Oddziaływanie projektów związanych z infrastrukturą turystyczną (OW w Jedliczach), choć niewątpliwie bardzo korzystne dla bezpośrednich beneficjentów, w skali całej lokalnej społeczności jest mocno ograniczone.

PODSUMOWANIE

Przemiany społeczno-gospodarcze w ostatnich dwudziestu latach nieodwracalnie zmieniają również oblicze polskiej wsi. Mimo dopływu środków unijnych, licznych inwestycji, systematycznej modernizacji infrastruktury *etc.*, w większości przypadków standard życia na obszarach wiejskich jest niższy niż w miastach. Wpływa na to nie tylko gorsza sytuacja materialna mieszkańców, ale również poważne utrudnienia (organizacyjne, informacyjne, społeczne i infrastrukturalne) w dostępie do wielu powszechnie pożądaných dóbr, w tym i turystyki.

Należałoby więc uznać znaczną część ludności wiejskiej za dyskryminowaną grupę społeczeństwa, której prawo do wypoczynku i podróżowania jest poważnie zagrożone. Zamieszkanie na wsi dodatkowo jeszcze ogranicza możliwości podróżowania najsłabszych grup: dzieci i młodzieży, rodzin w trudnej sytuacji życiowej (niepełnych, dysfunkcyjnych, patologicznych), a także osób starszych oraz niepełnosprawnych. Dofinansowanie właśnie ich wyjazdów jawi się jako podstawowe zadanie turystyki społecznej.

Wobec braku wizji roli turystyki w polityce społecznej państwa zadanie to w znacznej mierze spada na samorządy. Jak wspomniano, możliwe jest dofinansowywanie wyjazdów ze środków budżetowych władz lokalnych (dotacje celowe, otwarte konkursy ofert na realizację zadania publicznego), pozyskiwanie środków unijnych, wspieranie organizatorów „taniach podróży” (w tym turystycznych organizacji społecznych). Oprócz typowej turystyki społecznej warto popierać też rozwój pewnych form turystyki komercyjnej, określanych tu mianem turystyki społecznie zaangażowanej i quasi-społecznej. Wszystkie one bowiem ułatwiają realizację prawa każdego człowieka do czasu wolnego, wypoczynku i podróżowania.

Argumentem za dofinansowywaniem wyjazdów jest nie tylko zadowolenie bezpośredniego beneficjenta, ale również korzyści dla całej lokalnej społeczności. Wszak turystyka poszerza horyzonty, wzbogaca o nową wiedzę, umiejętności, sprzyja podglądaniu innych światów, uczy otwartości na ludzi i tolerancji dla obcych – te doświadczenia uczestnicy turystyki społecznej przywożą ze sobą. Jest to niewidzialny, ale niezwykle ważny kapitał, który może być wykorzystany do rozwoju „małej ojczyzny”.

Bardzo często podkreśla się, że szansą aktywizacji gospodarczej obszarów wiejskich jest rozwój turystyki. Czy jednak może to być turystyka społeczna?

Odpowiedź na to pytanie nie jest jednoznaczna. Ponieważ dotychczas żaden polski region nie zrealizował spójnego programu zachęcania turystów do przyjazdu za pomocą systemu zniżek i rabatów (ani w jakikolwiek inny sposób dofinansowywania pobytu), nie można mówić o realnych efektach ekonomicznych czy społecznych. Automatyczne przenoszenie na nasz grunt wyników hiszpańskiego programu Europe Senior Tourism jest nieuzasadnione¹¹.

¹¹ Tym bardziej że program ten obejmował nie tylko obszary wiejskie.

Dotychczasowe polskie doświadczenia pokazują jednak duże możliwości w zakresie tzw. ekonomii społecznej. Zawiązanie przedsiębiorstwa społecznego może stać się zalążkiem rozwoju turystyki na danym terenie, a w konsekwencji siłą napędową całej lokalnej gospodarki. Oddziaływanie takiej firmy początkowo jest dość ograniczone, ale z czasem szybko zatacza coraz szersze kręgi.

W pewnym uproszczeniu można wymienić następującą sekwencję korzyści ekonomicznych: powstanie pierwszych miejsc pracy dla wykluczonych → wzrost popytu na usługi komplementarne → rozwój sektora turystycznego → wzrost dochodów branży turystycznej → rozwój sektora okołoturystycznego → wzrost zatrudnienia i dochodów mieszkańców → rozwój lokalnej gospodarki (efekt mnożnikowy).

Poza wymiernymi efektami finansowymi o wiele ważniejsze są jednak korzyści społeczne (zdecydowanie trudniejsze do uchwycenia). Stanowią one przecież o istocie ekonomii społecznej. Do najważniejszych rezultatów działalności przedsiębiorstwa społecznego zalicza się integrację lokalnych liderów (wokół realizacji projektu), aktywizację grup wykluczonych (zagrożonych wykluczeniem), wskazanie nowych perspektyw (szans) rozwoju, możliwość pracy na miejscu (bez konieczności wyjazdu ze wsi), kontakty z różnymi ludźmi, otwarcie na świat, rozwój osobisty i podnoszenie poczucia własnej wartości, budowanie lokalnego patriotyzmu i dumy ze swej „małej ojczyzny”, integracja całej wiejskiej wspólnoty.

Przeprowadzone rozważania upoważniają do sformułowania następującej konkluzji: dążąc do wielofunkcyjnego rozwoju polskiej wsi i podnoszenia jakości życia jej mieszkańców, warto inwestować w różne przejawy turystyki społecznej. Formą pomocy osobom wykluczonym społecznie (zagrożonym wykluczeniem) powinno być wsparcie zarówno turystyki wyjazdowej, jak i przyjazdowej. Ważne jednak, by były to spójne i celowe działania, wynikające z jednej strony z systemu polityki społecznej państwa (w której turystyka powinna znaleźć należyte miejsce), z drugiej zaś – z przemyślanej i konsekwentnie realizowanej lokalnej strategii rozwoju.

PIŚMIENNICTWO

Analiza rozwoju turystyki społecznej w Polsce: Stan, szanse, zagrożenia. 2007. Warszawa, Instytut Turystyki.

Działania na rzecz rozwoju turystyki społecznej w Polsce. 2010. Warszawa, Ministerstwo Sportu i Turystyki.

Ekonomia społeczna, <http://www.ekonomiaspoleczna.pl>, dostęp 20.06.2011 r.

Górka J. 2007. Uwarunkowania aktywności rekreacyjnej i turystycznej mieszkańców wsi Wielkopolski, w: *Nowe tendencje w kulturze fizycznej i turystyce w kontekście hotelarstwa i gastronomii*. Red. W. Siwiński, D. Tauber, E. Mucha-Szajek. Poznań, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii, 269–280.

Górka J. 2008. Formy aktywności rekreacyjnej i turystycznej mieszkańców gmin wiejskich Wielkopolski, w: *Współczesne tendencje w rekreacji i turystyce*. Red. W. Siwiński, D. Tauber, E. Mucha-Szajek. Poznań, Wyd. Nauk. Bogucki, 401–408.

Górka J. 2010. Uwarunkowania aktywności turystycznej i rekreacyjnej mieszkańców wsi Wielkopolski. Konin. Wyd. PWSZ w Koninie.

Górka J., Chmurska M. 2004. Wykorzystanie czasu wolnego przez mieszkańców wsi. Poznań, *Roczniki Naukowe AWF*, z. 53.

- Górska E.** 2010. Turystyka społeczna jako forma aktywizacji rynków turystycznych na przykładzie programów turystyki społecznej w Hiszpanii. *Acta Scientiarum Polonorum, Oeconomia* 9 (4), 133–142.
- Idziak W.** 2009. Wioska tematyczna w aspekcie ekonomicznym, w: *Kultura i turystyka – wspólnie zyskać!* Red. A. Stasiak. Łódź, Wyd. WSTH, 51–60.
- Kapitał społeczny. Ekonomia społeczna.** 2007. Red. T. Kaźmierczak, M. Rymsza. Warszawa, ISP.
- Kosmaczewska J.** 2010. Turystyka socjalna jako narzędzie minimalizowania negatywnych skutków sezonowości w regionach turystycznych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, nr 591, *Ekonomiczne Problemy Usług* nr 53, 149–158.
- Łaciak J.** 2004. Aktywność turystyczna mieszkańców wsi w 2003 roku. Warszawa, Instytut Turystyki.
- Mały rocznik statystyczny Polski 2010.** W wersji elektronicznej: http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_oz_maly_rocznik_statystyczny_2010.pdf, dostęp 19.06.2011 r.
- Mokras-Grabowska J.** 2010. Program „Europe Senior Tourism” – założenia, realizacja, efekty ekonomiczne, w: *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*. Red. A. Stasiak. Łódź, Wyd. WSTH.
- Ośrodek Szkoleniowy „Kłos”,** <http://www.klos.org.pl>, dostęp 20.06.2011 r.
- Questing Bałtow,** <http://baltow.questing.pl>, dostęp 20.06.2011 r.
- Reichel J.** 2010. Znaczenie i rozwój ekonomii społecznej w Polsce, w: *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*. Red. A. Stasiak. Łódź, Wyd. WSTH.
- Rzeńca P.** 2010. Turystyka społeczna a samorządy gmin województwa łódzkiego, w: *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*. Red. A. Stasiak. Łódź, Wyd. WSTH.
- Stasiak A.** 2010. Cele i zadania turystyki społecznej, w: *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*. Red. A. Stasiak. Łódź, Wyd. WSTH.
- Śledzińska J.** 2010. Projekt Calypso – powstanie, stan obecny, perspektywy rozwoju, w: *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*. Red. A. Stasiak. Łódź, Wyd. WSTH.
- Włodarczyk B.** 2010. Turystyka społeczna – próba definicji zjawiska, w: *Turystyka społeczna w regionie łódzkim*. Red. A. Stasiak. Łódź, Wyd. WSTH.

